

## Correction DST - Première 2 et 3 - Chapitre 1

### Première partie : Mobilisation des connaissances (EC1)

Montrez que *la Formation Brute de Capital Fixe (F.B.C.F) peut permettre d'augmenter la quantité produite d'une entreprise.* (4 points)

**Introduction :** La Formation brute de capital fixe (F.B.C.F) est la mesure comptable de l'investissement, c'est-à-dire l'achat de **capital fixe** par une **entreprise** dans le but notamment d'augmenter sa quantité de production. Cette dépense est donc essentielle pour **la croissance de l'entreprise en termes de quantité produite.**

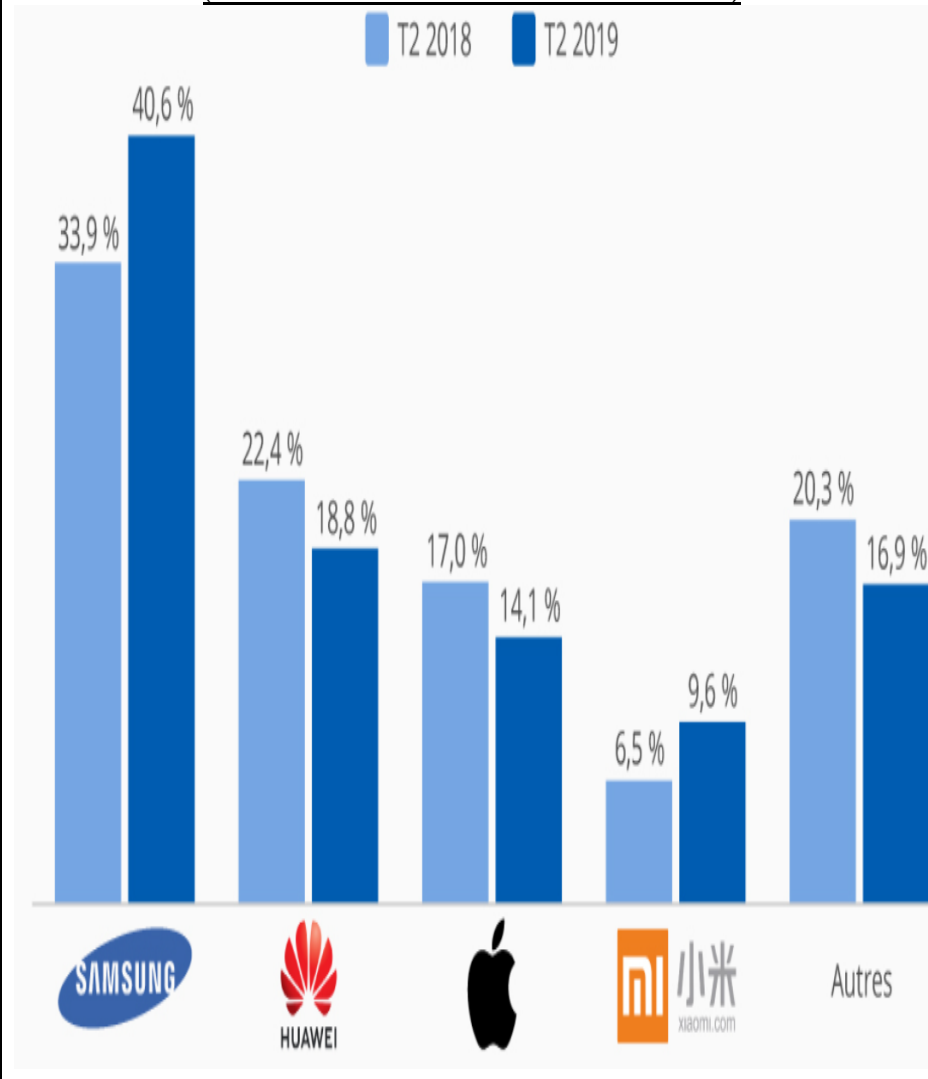
**Développement :** En effet, le **capital fixe** est un facteur de **production** qui permet à une entreprise de **produire** des biens et des services dans le but de réaliser un profit. Or d'après la fonction de **production** :  $Y = f(K, L)$ , si la quantité de **capital fixe** dans la combinaison productive augmente, **la quantité produite (Y) devrait elle aussi augmenter.** Ainsi, **l'investissement**, en augmentant la quantité disponible de **capital fixe**, peut permettre à une **entreprise** d'accroître sa **production**. Par exemple, **l'entreprise** Félix Potin a pu **augmenter sa quantité produite** en **investissant** une partie de son profit dans l'achat de nouvelles usines (**capital fixe**). Cette dépense en **F.B.C.F** a permis à l'entreprise de **produire davantage** de marchandises (notamment du chocolat) qui seront ensuite proposées à la vente dans ses épiceries.

**Conclusion :** La **F.B.C.F** est donc **un poste de dépense essentiel pour une entreprise puisqu'elle lui permet d'augmenter sa taille sur le marché** mais aussi car cet investissement peut permettre de remplacer un **capital fixe** devenu obsolète par des éléments plus performants qui favoriseront eux aussi la croissance de **l'entreprise.**

## Deuxième partie : Etude de document (EC2)

### Evolution de la part de marché des différents fabricants de smartphones en Europe entre le deuxième trimestre 2018 et le deuxième trimestre 2019

(En % des ventes totales sur le marché)



### *1) A l'aide du document, comparez les évolutions de part de marché des entreprises Samsung et Huawei. (2 points)*

#### § 1 : Quoi (objet) ? Qui ? Où ? Quand ?

Ce document a pour objet les ventes des différentes entreprises de smartphones en Europe entre 2018 et 2019.

#### § 2 : Support, Unité, Outil.

Ce diagramme en bâton repose sur des proportions exprimées en % qui donnent le **poids relatif** des ventes des différentes entreprises sur le marché des smartphones.

#### § 3 : Répondre Organiser l'Information.

Sur les deux années étudiées, c'est l'entreprise Samsung qui **pèse relativement** le plus sur le marché des smartphones. En 2018, **les ventes de Samsung représentent 33.9% des ventes totales** de smartphones en Europe. Ce poids augmente de **7.8 points** pour atteindre **40.6%** en 2019.

**A l'inverse**, le **poids relatif** de l'entreprise Huawei sur le marché a une tendance à baisser. Alors que **les ventes de l'entreprise représentaient 22.4% des ventes totales sur le marché** en 2018, son poids a diminué de **3.6 points** pour n'atteindre que **18.8%** en 2019.

#### § 4 : Bilan + Transition

Ainsi Huawei et Samsung connaissent des trajectoires opposées quant à leur poids sur le marché des smartphones. Cela pourrait en partie s'expliquer par des stratégies différentes d'innovation.

2) A l'aide du **document** et de vos connaissances, expliquez le lien entre innovation et part de marché. (4points)

**Introduction :** Les **innovations** sont des idées nouvelles appliquées au processus de production et pouvant conduire à la création de nouveaux biens ou services. Elles peuvent donc permettre à une entreprise, en **se distinguant de ses concurrents**, **d'augmenter sa part de marché**.

**Développement :** En effet, une **innovation** peut consister pour une entreprise à proposer un nouveau produit à la vente. Cette **innovation** va lui permettre de se **distinguer de ses concurrents** et donc d'attirer davantage de clients, ce qui génère de nouveaux débouchés à la production de l'entreprise. Cette hausse des débouchés va permettre à l'entreprise de vendre davantage, ce qui va mécaniquement augmenter son **chiffre d'affaires**. Or, **la part de marché** d'une entreprise est calculée en rapportant son chiffre d'affaires au chiffre d'affaires total réalisé sur le marché. Ainsi si le C.A des autres entreprises stagne, **la part de marché** de l'entreprise innovante va augmenter. On peut ainsi supposer que Samsung a vu le **poids relatif de ses ventes sur le marché** augmenter de **7.8 points** en un an pour représenter presque **33.9%** des ventes sur le marché, notamment grâce à l'**innovation** (téléphone pliable par exemple). A l'inverse des entreprises comme Apple ou Huawei qui ont moins innové ont vu **le poids relatif de leurs ventes sur le marché** se réduire, de **3.6 points** pour Huawei et de **2.9 points** pour Apple.

**Conclusion :** L'**innovation** est donc au cœur du processus de croissance d'une entreprise qui doit régulièrement investir dans la recherche et développement afin de se distinguer de la concurrence et ainsi augmenter **ses parts de marché**.

#### **Autre proposition :**

Les innovations sont idées nouvelles appliquées au processus de production qui peuvent permettre à l'entreprise de diminuer ses coûts de production.

En effet, grâce à certaines innovations comme une nouvelle organisation de la production, il est possible pour l'entreprise de réduire ses coûts de production et donc de proposer des prix inférieurs à ceux de ses concurrents. Cela va donc attirer davantage de clients ce qui génère de nouveaux débouchés à la production de l'entreprise. Si la baisse des prix est plus que compensée par la venue de nouveaux clients, cela va augmenter le C.A et de l'entreprise et donc potentiellement sa part de marché.

La domination de Samsung qui représente presque la moitié des ventes sur le marché peut s'expliquer par sa capacité à proposer des prix plus faibles que d'autres entreprises comme Apple dont le poids des ventes sur le marché n'est que de 14.1% contre 40.6% pour Samsung. L'innovation est donc au cœur du processus de croissance d'une entreprise qui doit régulièrement investir dans la recherche et développement afin de réduire ses coûts de production et ainsi se distinguer de la concurrence par les prix afin d'augmenter ses parts de marché.